

**Einzelhandelskompass
2010/2011**

Einzelhandel in Sindelfingen –
stark, attraktiv, vielfältig



Einzelhandel in Sindelfingen – stark, attraktiv, vielfältig

Die bundesweite Wirtschaftslage hat Auswirkungen auf die Planungen und Projekte rund um den Standort Sindelfingen und damit auch den städtischen Einzelhandel. Vor diesem Hintergrund hat die Wirtschaftsförderung Sindelfingen GmbH zum dritten Mal in Folge die Einzelhandelsbetriebe und -entwicklungen im gesamten Stadtgebiet untersucht.

Das Ergebnis: Sindelfingen ist ein starker Einzelhandelsstandort mit einem breiten Angebot unterschiedlicher Betriebstypen und Branchen, einer unterdurchschnittlichen Leerstandsquote und moderaten Einzelhandelsmieten. Das vielseitige Angebotsspektrum reicht vom Fachgeschäft in der Innenstadt bis hin zu den großflächigen Fachmärkten und dem Einkaufszentrum Breuningerland im Außenbereich. Der Einzelhandelsstandort Sindelfingen überzeugt mit seiner guten Ausstattung über alle Bedarfsbereiche hinweg. Dieses Bild zeigt sich jedoch bezogen auf die jeweiligen Lagen differenziert. Eine qualitative Bereicherung und Ergänzung des ansässigen Einzelhandels ließe sich beispielsweise durch die Entwicklung potenzieller Flächen – insbesondere in der Innenstadt – darstellen. Mit dem Gemeinsamen Einzelhandelsentwicklungskonzept der Städte Böblingen und Sindelfingen wurde zu Beginn des Jahres 2009 ein Instrument geschaffen, mit welchem sich die Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben besser steuern lässt. Die in diesem Konzept festgelegte, ortsspezifische Sortimentsliste finden Sie auf der Seite 14.

Die Stadt Sindelfingen verfolgt das Ziel, den innerstädtischen Einzelhandel ebenso wie die wohnortnahe Versorgung zu stärken. Diese Standorte des Lebens und Handels sollen weiterentwickelt und so den Kunden vor Ort ein attraktives und vielfältiges Einzelhandelsangebot bereitgestellt werden. Letztendlich ist die Entwicklung das Ergebnis des Zusammenwirkens der Entscheidungen von Konsumenten, Einzelhandelsunternehmen, Politik und Verwaltung. Die Vielfältigkeit des Einzelhandels und die Attraktivität der Innenstadt gehen unmittelbar einher.

Der Einzelhandelskompass 2010/2011 steht auch im Internet auf der Homepage der Wirtschaftsförderung Sindelfingen GmbH unter www.sindelfingen.org für Sie bereit.



Impressum:

Herausgeber Wirtschaftsförderung Sindelfingen GmbH
Texte Wirtschaftsförderung Sindelfingen GmbH
Druck röhm typofactory Marketing GmbH
Grafik Sibylle Bauhaus
Bilder Wirtschaftsförderung Sindelfingen GmbH, shutterstock
Photostudio Frick

Sindelfingen – Standort mit Zukunft



Die Stadt Sindelfingen liegt in einer der wachstumsstärksten Metropolregionen Europas. Sie bietet optimale Voraussetzungen für erfolgreiche wirtschaftliche Aktivitäten. Auch der Handel profitiert von der trotz Wirtschaftskrise nach wie vor hohen Kaufkraft in der Region Stuttgart. Die Stärke des Standortes wird durch zahlreiche Investitionen von ansässigen Unternehmen bestätigt und bekräftigt. International bekannt ist Sindelfingen durch das weltweit größte Pkw-Automobilwerk der Daimler AG. Das Mercedes-Benz Technology Center wird derzeit im Westen der Stadt erweitert und soll zusätzliche 3.000 Arbeitsplätze im Bereich Forschung und Entwicklung mit sich bringen. Weitere wichtige Arbeitgeber und Unternehmen sind die Modeorderzentren im Sindelfinger Osten – kürzlich wurden auch hier neue, modernere Flächen geschaffen; darüber hinaus sind eine große Anzahl klein- und mittelständischer Unternehmen einschließlich zahlreicher Einzelhändler zu nennen. Investiert wurde im vergangenen Jahr in die Innenstadt: Im Sommer 2009 hat das Geschäftshaus Calwer Carrée seine Pforten geöffnet. Hier befinden sich neben dem großflächigen SB-Warenhaus Kaufland, welches übergangsweise im Wohn- und Geschäftshaus DOMO untergebracht war, weitere Anbie-

ter, wie beispielsweise ein Drogeriemarkt, ein Blumengeschäft oder eine Apotheke. Eine weitere, 50 Millionen Euro umfassende Investition steht im Bereich Sindelfingen-Ost an, wo ein neues, modernes Möbelhaus mit ca. 50.000 m² Gesamtfläche entstehen soll.

Die in den vergangenen Jahren stagnierenden Umsätze im Einzelhandel sind verstärkt durch die Wirtschaftskrise abermals nicht nur real, sondern auch nominal gesunken. Die Kaufkraft wird in Deutschland im Jahr 2010 voraussichtlich weiter zurückgehen und damit Auswirkungen auf die Konsumausgaben haben. Probleme macht hier nicht nur die Wirtschaftskrise. Es sind vielmehr eine Reihe von Ursachen anzuführen: Neben sinkenden Einkommen sind der Bevölkerungsrückgang, eine steigende Sparquote und vor allem eine Sättigung im Konsum zu nennen. Die umsatzstarken Jahre, die der Einzelhandel 2004/2005 erfahren hat, werden in den kommenden Jahren wohl nicht wieder erreicht. Die damit einhergehende, weiter anhaltende Flächenexpansion fordert insbesondere von Familienbetrieben, die sich gegenüber international agierenden Filialisten behaupten müssen, immer wieder neue Konzepte.

Sindelfingen – Wirtschaftskraft trifft Lebensqualität

Die Stadt Sindelfingen liegt mit ihren knapp 60.000 Einwohnern in der Region Stuttgart, ca. 15 km südwestlich der Landeshauptstadt Stuttgart. Im Ballungsraum leben derzeit etwa 2,7 Millionen Menschen in 179 Städten und Gemeinden. Die Region gehört zu den stärksten Wirtschafts- und Technologiestandorten Europas und bietet neben einer exzellent ausgebauten Infrastruktur ein überaus positives Wohn- und Arbeitsumfeld. Gemeinsam mit der Nachbarstadt Böblingen kommt Sindelfingen die zentralörtliche Funktion eines Mittelzentrums zu.

Ein besonderer Vorzug der viertgrößten Stadt in der Region Stuttgart liegt in der hervorragenden Erreichbarkeit über die Autobahn 81 und die A 8 sowie ihrer Nähe zum Flughafen und zur Neuen Messe Stuttgart.

Auch in der Region Stuttgart und in Sindelfingen sind die Umsätze im Einzelhandel im vergangenen Jahr gesunken – verglichen mit dem Durchschnitt Deutschlands jedoch weit weniger stark. Trotz der polyzentrischen Struktur der Metropolregion Stuttgart gelingt es der Stadt Sindelfingen, überregionale Kaufkraft an sich zu binden und mehr Umsatz zu erzielen, als es Kaufkraft am Ort selbst gibt. Sta-

tistisch gesehen sind die Einwohner im Landkreis Böblingen innerhalb der Region Stuttgart die wohlhabendsten. Die starke Wirtschaftsstruktur macht Sindelfingen zu einem bedeutenden und dynamischen Zentrum in der Region. Neben dem hohen Einkommensniveau und dem großen Kaufkraftpotenzial pro Einwohner ist der Pendler-saldo als überaus positiv zu bewerten. Und wenn nicht beim Einkaufen, dann können sich die Bewohner, Besucher oder Beschäftigten in Sindelfingen in einer der vielzähligen Grünanlagen erholen – mehr als 40 Prozent der Gemarkungsfläche Sindelfingens besteht aus Wald- und Grünflächen.

Die überdurchschnittliche Kaufkraftkennziffer von 109,7 betont die Stärke des Standortes, die Umsatzkennziffer von 165,8 spricht für dessen Attraktivität. Mit einer Zentralität von 155,1 hat der Einzelhandelsstandort Sindelfingen eine Versorgungsfunktion weit über die Stadtgrenzen hinaus. Sowohl die Umsatzkennziffer als auch die überdurchschnittliche Zentralität sprechen für die Bedeutung des Sindelfinger Einzelhandels für das Umland. Diese überörtliche Versorgungsfunktion ist in erster Linie auf die großflächigen Anbieter im Osten der Stadt zurückzuführen, die besonders von der verkehrsgünstigen Lage direkt an der A 81 profitieren.

Kennzahlen Sindelfingen		
Einwohner Sindelfingen*	59.931 (Stand 31.03.2010)	
Davon	Kernstadt:	44.002
	Maichingen:	11.996
	Darmsheim:	3.933
Einwohnerentwicklung 2000 – 2010*	- 1,2 %	
Bevölkerungsprognose 2010 – 2020**	- 2,7 % (-1.621)	
Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte nach Wirtschaftsbereichen am Arbeitsort 2009**:	insgesamt: 56.796	
	40.862 (71,9 %)	Produzierendes Gewerbe
	10.404 (18,3 %)	Sonstige Dienstleistungen
	5.512 (9,7 %)	Handel, Verkehr und Gastgewerbe
Pendler über Gemeindegrenzen 2009**	Einpendler:	46.312
	Auspendler:	11.230
Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer***	109,7	
Einzelhandelsrelevante Umsatzkennziffer***	165,8	
Zentralitätskennziffer ¹	155,1	

Quellen: *Stadt Sindelfingen, **Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, *** GfK Nürnberg. ¹Die Zentralitätskennziffer beträgt nach eigenen Berechnungen 155,1. Damit liegt sie leicht höher als die Zentralitätskennziffer, die von der GfK für das Jahr 2009 mit 151,1 angegeben wird.

Standort mit Magnetfunktion

Das Marktgebiet des Einzelhandels in Sindelfingen umfasst die Städte Leonberg im Norden, Leinfelden-Echterdingen und einzelne Stadtteile Stuttgarts im Osten und reicht bis Herrenberg im Südwesten. Es wird in seiner Reichweite stark durch die Anziehungskraft der großflächigen Anbieter im Stadtgebiet geprägt. Das Kundenpotenzial des Marktgebietes beträgt unter Berücksichtigung der zahlreichen Besucher und Gäste der Stadt, darunter Geschäftsleute, Einpendler und Touristen, mehr als 462.000. Somit ist das Marktgebiet des Sindelfinger Einzelhandels um ein Vielfaches größer als die Stadt Sindelfingen selbst, die mit ihren knapp 60.000 Einwohnern rund 13 Prozent der Gesamtzahl ausmacht.



Sindelfingen:	rd. 60.000
Umland Sindelfingen:	rd. 377.000
Berücksichtigung der Geschäftsleute, Einpendler und Touristen:	rd. 25.000
Kundenpotenzial gesamt:	rd. 462.000

Quelle: Dr. Lademann & Partner 2009, eigene Darstellung

Einzelhandel in Sindelfingen – stark, attraktiv und vielfältig

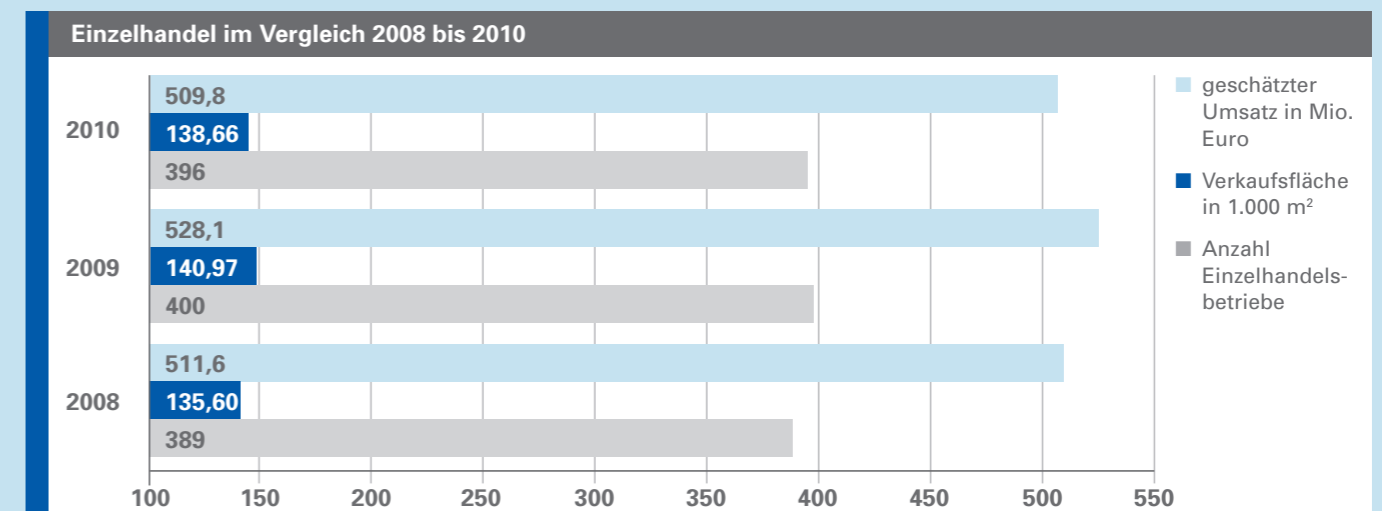
Der Einzelhandel stellt einen bedeutenden Faktor in der örtlichen Wirtschaft dar. Zusammen mit der Gastronomie sowie städtebaulichen und historischen Merkmalen trägt er maßgeblich zur Attraktivität und zum Image Sindelfingens bei. In Sindelfingen können zwei wesentliche Schwerpunktlagen des Einzelhandels ausgewiesen werden: Die Innenstadt mit dem Einkaufszentrum Stern Center sowie dem angrenzenden Möbelhaus Ikea und die dezentrale Einzelhandelslage im Sindelfinger Osten mit großflächigen Fachmärkten und dem Einkaufszentrum Breuningerland.

Der Sindelfinger Einzelhandel lässt beim Kunden kaum Wünsche offen: Ob in der Innenstadt oder im Einkaufszentrum Breuningerland – insgesamt verfügt Sindelfingen über eine hervorragende Ausstattung im Einzelhandel. Das zeigt auch die Verkaufsflächenausstattung, die mit 2,3 m² je Einwohner deutlich über dem bundesdeut-

schen Durchschnitt von 1,5 m² je Einwohner liegt. Diese Zahl überrascht weniger, wenn man weiß, dass es oftmals gerade die Mittelstädte sind, die über die höchsten Ausstattungen in der Verkaufsfläche verfügen. Damit wird die bedeutende Versorgungsfunktion – über die Stadtgrenzen Sindelfingens hinaus – deutlich. Zwar ist der Markt durch die ständige Flächenentwicklung nahezu gesättigt, trotzdem kann in Teilen eine Ausdehnung der Verkaufsfläche sinnvoll sein. Weitere Einzelhandelsvorhaben, die das Einkaufsangebot qualitativ bereichern, können beispielsweise zur Stabilisierung des Gleichgewichtes zwischen innerstädtischem Einzelhandel und dezentralen Handelslagen beitragen. Darüber hinaus geht es in erster Linie um die Modernisierung bereits vorhandener Flächen.

Einzelhandelsbetriebe in Sindelfingen (Stand April 2010)	
396 Einzelhandelsbetriebe	
138.660 m ² Verkaufsfläche	
Geschätzter Umsatz ca. 509,8 Mio. EUR	

Quelle: Wirtschaftsförderung Sindelfingen GmbH, 2010



Quelle: Wirtschaftsförderung Sindelfingen GmbH, 2010

Vergleicht man die aktuellen Zahlen mit den Daten aus den Jahren 2008 und 2009, sind die Anzahl der Einzelhandelsbetriebe und die Verkaufsfläche weitestgehend stabil geblieben. Die größte Dynamik bei Neuansiedlungen und Geschäftsaufgaben ist in der Innenstadt festzustellen. Insbesondere durch den Neubau Calwer Carrée und die

damit verbundenen Neuansiedlungen ist hier eine positive Entwicklung zu verzeichnen. Wie in der gesamten Bundesrepublik mussten auch am Standort Sindelfingen Umsatzeinbußen hingenommen werden, wenn auch vergleichsweise weniger stark.

Einzelhandel in Sindelfingen – stark, attraktiv und vielfältig

Aufgegliedert nach einzelnen Bedarfsbereichen ergibt sich 2010 für Sindelfingen folgendes Bild:

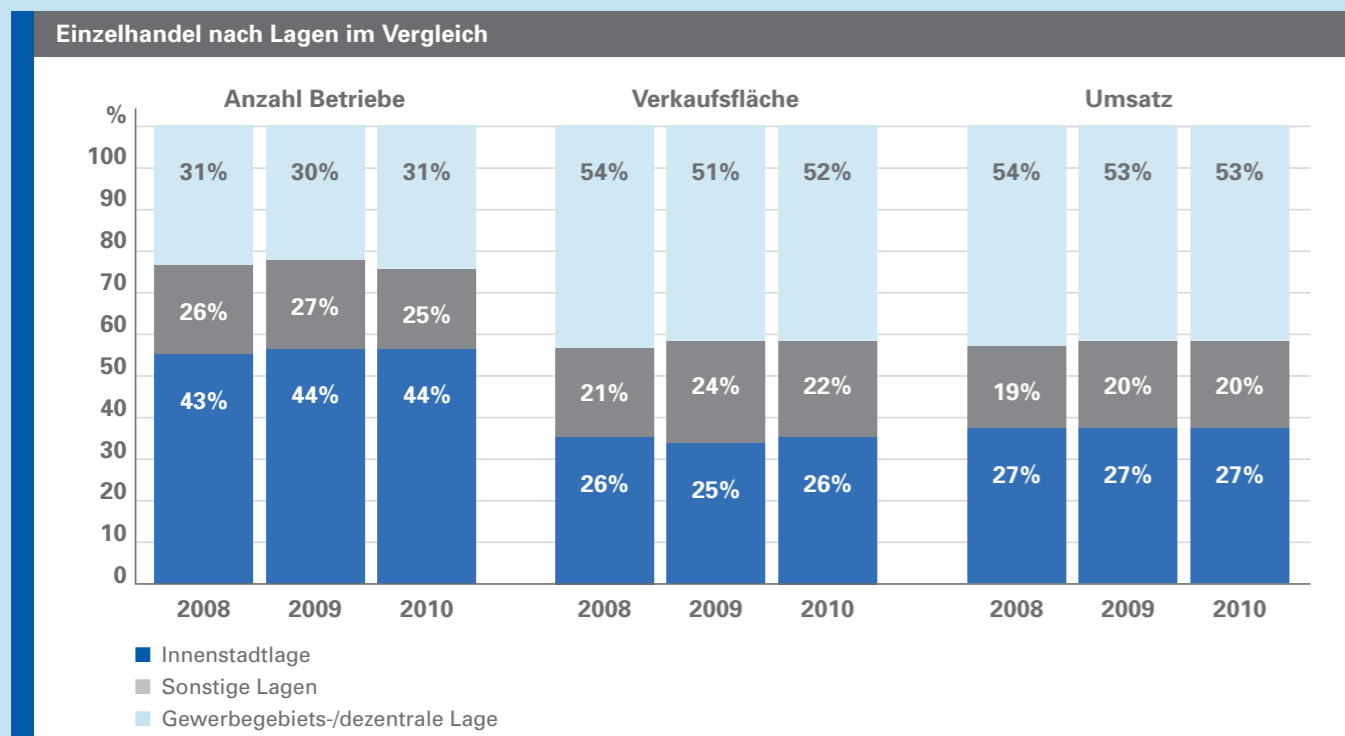
Einzelhandel nach Bereichen		
Warengruppe	Anzahl der Betriebe (in%)	Verkaufsfläche in m ² (in%)
kurzfristiger Bedarf (wie Lebensmittel, Drogeriewaren und Schnittblumen)	163 (41,2)	33.325 (24,0)
mittelfristiger Bedarf (wie Bücher, Bekleidung, Sport)	114 (28,8)	37.560 (27,1)
langfristiger Bedarf (wie Elektrowaren, Möbel und Gartenbedarf)	119 (30,1)	67.775 (48,9)
Gesamt	396	138.660

Quelle: Wirtschaftsförderung Sindelfingen GmbH, 2010

Anhand der oben stehenden Tabelle wird deutlich, dass vor allem im kurzfristigen Bedarfsbereich häufig kleinflächige Ladenkonzepte vorherrschen. Mehr als 40 Prozent aller Sindelfinger Betriebe aus diesem Segment erwirtschaften auf 24 Prozent der gesamten Verkaufsfläche

rund 38 Prozent des Umsatzes am Standort. Gerade im Lebensmittelbereich liegen zwar Betriebe aller Verkaufsfächenausprägungen vor, überwiegend sind hier jedoch die kleinflächigen Formate anzutreffen.

Einzelhandelslagen – in Sindelfingen



Quelle: Wirtschaftsförderung Sindelfingen GmbH, 2010

Die Mischung macht's: Fachgeschäfte und Einkaufszentrum in der Innenstadt

Die Innenstadt bietet ein breites Spektrum inhabergeführter Einzelhandelsfachgeschäfte mit individueller Beratung für den Kunden. Dieses Angebot wird durch einen hohen Anteil an Dienstleistungsbetrieben mit Ladenhandwerk und eine abwechslungsreiche Gastronomie optimal ergänzt. Im Bereich zwischen S-Bahnhof und zentralem Innenstadtbereich liegt das Stern Center, ein innerstädtisches Einkaufszentrum, in dem sich neben einem vielfältigen Angebot von Waren des mittelfristigen Bedarfs auch Gastronomie, ein Kino sowie eine Diskothek befinden.

In der gesamten Sindelfinger Innenstadt sind 176 Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von rund 36.530 m² ansässig. Der „City-Anteil“ beträgt somit 26 Prozent der gesamten Verkaufsfläche. Dieser eher unterdurchschnittliche Anteil ist vorwiegend auf das umfassende Angebot großflächiger Betriebe außerhalb der Innenstadt zurückzuführen.

Zwar ist die Anzahl innerstädtischer Betriebe im Vergleich zu 2009 unter Berücksichtigung aller Fort- und Zuzüge (inkl. Stern Center) gleich geblieben, dies ist jedoch insbesondere auf die positive Entwicklung im Kernbereich der Innenstadt zurückzuführen.

Trotz Umsatzeinbußen am Gesamtstandort Sindelfingen und bei einzelnen Händlern kann gerade die Sindelfinger Innenstadt punkten. Vergleicht man die Entwicklung des Sindelfinger Einzelhandels differenziert nach Standortlagen, ist alleine der Kernbereich der Innenstadt (ohne Stern Center) über die Jahre 2008, 2009 und 2010 hinweg gewachsen. Sowohl was die Anzahl der Betriebe, die Verkaufsfläche und die Summe der Umsätze anbelangt, weist diese eine positive Entwicklung auf.

So ist in der Innenstadt das Angebot von Modegeschäften erweitert worden. Darüber hinaus sind durch den Neubau des Calwer Carrées einige Umzüge und Neueröffnungen in der City erfolgt. Neben einer Vielzahl von Angeboten auch für den täglichen Bedarf ist ein weiterer Anziehungspunkt der dreimal wöchentlich stattfindende Wochenmarkt auf dem Marktplatz. Die frischen, oftmals regionalen Produkte runden das umfangreiche Angebot im Lebensmittelbereich ab.

Allerdings hat auch in Sindelfingen der innerstädtische, meist inhabergeführte Fachhandel mit den strukturellen Veränderungen auf der Angebots- und Nachfrageseite umzugehen. Dessen Vorteil, schnell auf Kundenwünsche reagieren zu können, muss zukünftig konsequenter genutzt werden. Gerade der innerstädtische Einzelhandel sollte



Einzelhandelslagen – in Sindelfingen



Im Juni 2010 hat die Wirtschaftsförderung Sindelfingen GmbH zum dritten Mal in Folge eine Passantenzählung durchgeführt. Dabei wurde an insgesamt neun Standorten in der Sindelfinger Innenstadt gezählt. Das Ergebnis: Wie bereits in den Jahren zuvor wurden insbesondere an den Markttagen die höchsten Frequenzen von bis zu 1.400 Passanten pro Stunde erreicht. Nicht nur an den Markttagen, sondern über den gesamten Zeitraum der Zählung hinweg, ist der Bereich am Marktplatz, der am stärksten frequentierte. Darüber hinaus hat die Auswertung der Kundenströme die große Bedeutung, die dem gastronomischen Angebot am Wettbachplatz zukommt, bestätigt.

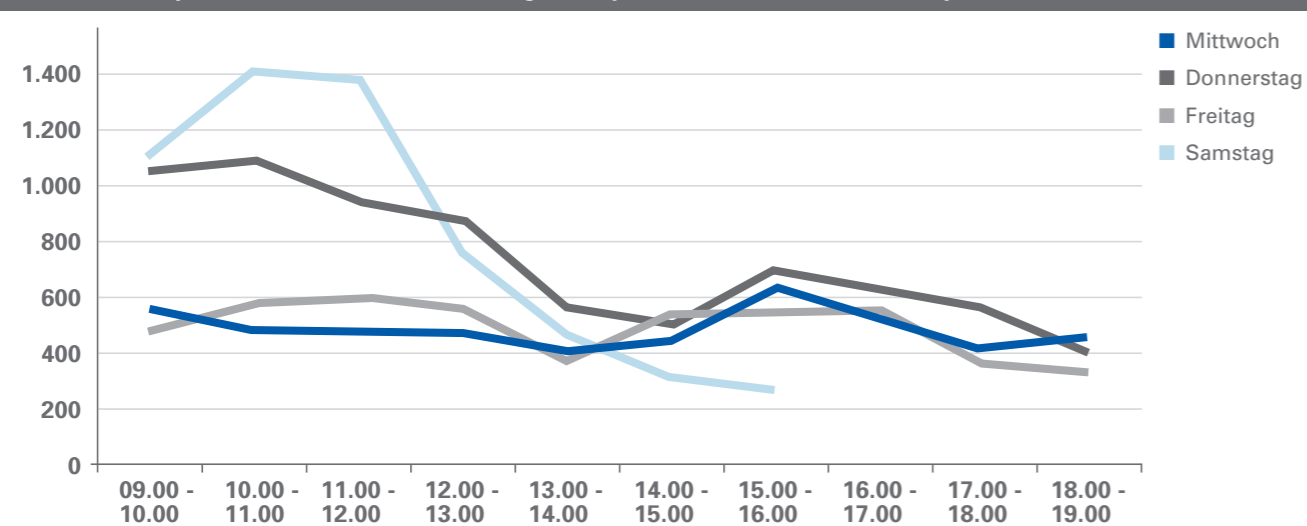
Im Vergleich zu den Werten aus dem Jahr 2009 wurde über fast alle Standorte hinweg eine Steigerung der Frequenz festgestellt. Besonders positiv haben sich die Bereiche „oberer“ und „unterer“ Marktplatz sowie Untere Vorstadt entwickelt. In der Wettbachstraße wurden im Vergleich zu den anderen gewählten Standorten zwar die wenigsten Passanten gezählt, verglichen mit den Jahren 2008 und 2009 sind jedoch die Werte stetig gestiegen.

Fragen zu detaillierten Ergebnissen beantwortet die Wirtschaftsförderung Sindelfingen GmbH gerne.

sich vermehrt auf die Wünsche der Kunden einstellen und insbesondere den Dienstleistungscharakter stärken.

Anders als in vielen anderen Städten der Region wurde in Sindelfingen der qualitativ hochwertige Fachhandel in der Innenstadt nicht durch ein austauschbares Angebot von Filialisten oder gar Trading-down-Anbietern wie 1-Euro-Shops verdrängt.

Passantenfrequenzen – Übersicht Wochentage, Beispiel Standort „oberer“ Marktplatz



Quelle: Wirtschaftsförderung Sindelfingen GmbH, 2010

Die Leerstandsquote in der Innenstadt ist mit 5 bis 6 Prozent unterdurchschnittlich. Moderne Ladenflächen finden meist schnell einen leistungsfähigen Nachfolger. Die Wirtschaftsförderung Sindelfingen GmbH steht mit ihrem aktiven Leerstandmanagement sowohl Eigentümern als auch Anbietern, die eine Fläche suchen, als Ansprechpartner zur Verfügung. Über die Homepage der Wirtschaftsförderung können Immobilienangebote für das gesamte Stadtgebiet kostenfrei abgerufen und inseriert werden.

Eine Übersicht bezüglich der Mietpreise für Einzelhandelsflächen finden Sie in der nachstehenden Tabelle, es handelt sich um monatliche Nettokaltmieten in Euro/m². Wesentliche Faktoren, die die Miethöhe beeinflussen, sind die Flächengrößen, die Standortlagen und der Zustand der Infrastruktur. Die Miete für Handelsflächen in der Innenstadt liegt im Durchschnitt zwischen 8,00 Euro bis 18,00 Euro pro m².

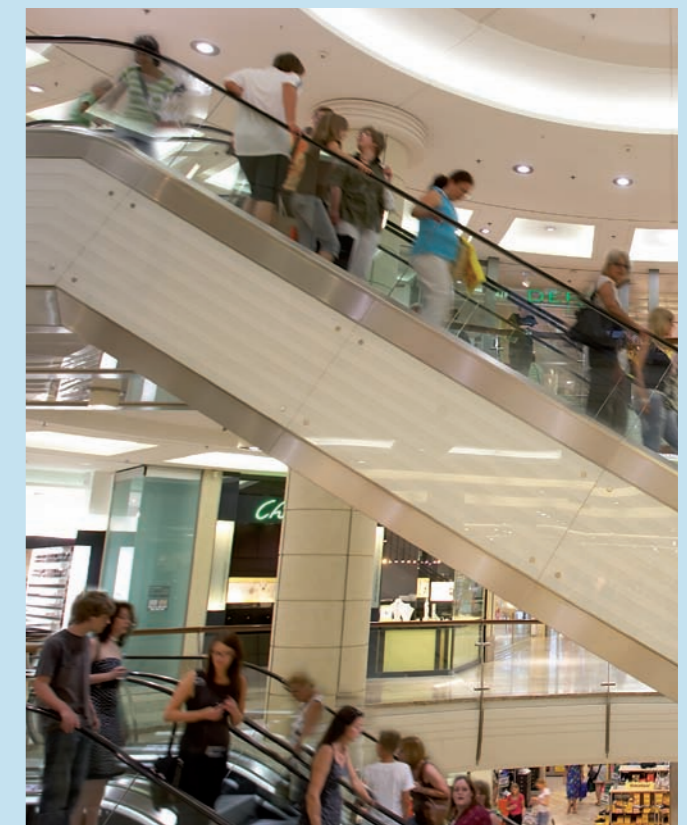
Mietpreise Einzelhandel Sindelfingen

Nettokaltmiete monatlich:				
Verkaufsfläche	Geschäftskern		Nebenkern	
	1a-Lage	1b-Lage	1a-Lage	1b-Lage
bis 60 m ²	18,00 EUR	11,00 EUR	7,50 EUR	6,50 EUR
ab 100 m ²	15,00 EUR	8,00 EUR	6,00 EUR	5,20 EUR

Quelle: IVD Gewerbepreisspiegel, 2007

Die Außenbereiche Sindelfingens

Der größte Anteil der gesamten Verkaufsfläche ist aufgrund der Betriebsstruktur der dezentralen Gewerbegebietslage zuzuordnen: 121 Betriebe mit einer Verkaufsfläche von insgesamt 72.300 m² befinden sich hier. Ein besonderer Schwerpunkt des Sindelfinger Einzelhandels sind das 1980 im Osten der Stadt erbaute Einkaufszentrum Breuningerland sowie weitere großflächige Anbieter in dessen Umgebung, insbesondere aus den Bereichen Elektrowaren sowie Bau- und Heimwerkerbedarf. Die hervorragende Anbindung dieses Gebietes direkt an der A 81 zieht Kunden weit über die Gemeindegrenzen hinaus an. Durch den geplanten Ausbau der A 81 und des umgebenden Straßennetzes soll ein neuer Autobahnvollanschluss des Gebietes entstehen.



Einzelhandelslagen – in Sindelfingen



Die Stadtteile Sindelfingens

Die beiden Stadtteile Sindelfingens, Maichingen und Darmsheim, verfügen über attraktive Einzelhandelslagen in ihren Zentren. Der dortige Einzelhandel dient zwar in erster Linie der Versorgung mit dem kurzfristigen Bedarf, geht jedoch gerade in Maichingen darüber hinaus und wird hier durch gut besuchte gastronomische Angebote ergänzt.

In unmittelbarer Nähe zum Haltepunkt Maichingen der S-Bahnlinie S 60 befindet sich das geplante Wohngebiet „Allmendäcker“. Hier wird in den nächsten Jahren Wohnraum für ca. 1.750 Einwohner geschaffen. Mittel- bis langfristig ist ein ergänzender Lebensmittelhandel, der die Nahversorgung in diesem Gebiet unterstützt, vorstellbar.

Die Nahversorgungslagen in Sindelfingen

Der Großteil der Wohnbevölkerung wird über das Angebot von integrierten Nahversorgungszentren – wie in Hin-

terweil, Spitzholz und Eichholz – umfassend versorgt. Ein Ziel der Stadt Sindelfingen ist es, diese Versorgungsfunktion zu sichern. Das Angebot wohnortnaher Grundversorgung unterliegt jedoch auch stark dem Kundenverhalten.

Detaillierte Informationen zur Ausstattung der einzelnen Stadtteilzentren und Nahversorgungslagen können Sie direkt bei der Wirtschaftsförderung Sindelfingen GmbH erfragen.

Weiterentwicklung des innerstädtischen Einzelhandels und der Nahversorgung

Ziel der Wirtschaftsförderung Sindelfingen GmbH ist die Stärkung des innerstädtischen Einzelhandels sowie die Weiterentwicklung des Einzelhandelsstandortes Sindelfingen insgesamt. Bei der Ausstattung in den einzelnen Sortimenten kann sich der hiesige Einzelhandel sehen lassen. Ergänzungen, die das Angebot qualitativ bereichern, sind dennoch wünschenswert. Für Leitsegmente wie Bekleidung und Schuhe ist in der Innenstadt Po-

tenzial vorhanden. Eine Differenzierung des Branchenmixes in der Innenstadt – und damit auch eine weitere Attraktivitätssteigerung – kann unter anderem durch Flächenzusammenlegungen erreicht werden. Der neue S-Bahn-Anschluss wird sich voraussichtlich positiv auf die Entwicklung des Einzelhandels besonders in der südlichen Innenstadt auswirken.

Die Sicherung bestehender Nahversorgung und deren Weiterentwicklung ist eine zentrale Zielsetzung. Dient diese doch nicht nur der Versorgung als solches, sondern hat auch Auswirkungen auf die Gesamtattraktivität eines Standortes. Es steht nicht mehr allein die Versorgung mit Lebensmitteln im Vordergrund. Vielmehr ist eine Verknüpfung des Angebotes mit weiteren Dienstleistungen und eine Auswahl so genannter Convenience Produkte sinnvoll. Die Nahversorger müssen sich an den Bedürfnissen einer älter werdenden Bevölkerung ausrichten.

Investitionspotenziale in Sindelfingens Innenstadt und den Außenbereichen

Aktuell wird das innerstädtische Areal „Am Feger“ (ca. 5.500 m²) überplant. Dieser Bereich sowie das „Postareal“ (ca. 3.800 m²) stellen wesentliche Entwicklungspotenziale für Sindelfingens Mitte dar. Die Flächen liegen im südlichen Bereich der Innenstadt. Dabei grenzen sie im Osten bzw. Norden an das Stern Center an. Hier sind neben innerstädtischem Wohnen im Bereich der Bahnhofstraße auch Nutzungen wie hochwertige Dienstleistungen, Hotelgewerbe und in Ergänzung Einzelhandelsflächen vorstellbar.

Die Möglichkeit der Flächenzusammenlegung im Innenstadtbereich wird kontinuierlich in verschiedenen Bereichen überprüft. Hier könnten Entwicklungsflächen unterschiedlicher Größenordnung entstehen. Darüber hinaus soll im Bereich des Marktplatzes ein Gestaltungskonzept umgesetzt werden, welches geeignet ist, weitere Entwicklungen in diesem Bereich anzustoßen.

Mit dem Wohn- und Geschäftshaus DOMO im nördlichen Teil der Innenstadt wartet ein weiteres Objekt auf eine attraktive Nachnutzung im Einzelhandelsbereich.



Zum Zeitpunkt der Eröffnung Anfang der 70er-Jahre war das DOMO eines der ersten deutschen Einkaufszentren.

Auf der 80 ha großen Fläche des ehemaligen Böblinger Flugplatzes an der A 81 entsteht mit dem Flugfeld ein interkommunales Großprojekt der Städte Sindelfingen und Böblingen. Ziel der Entwicklung ist ein hochwertiges Gewerbe- und Dienstleistungsquartier, in dem neben mehreren tausend Arbeitsplätzen auch ein neuer Wohnstandort entstehen soll. Bislang sind hier Bauwerke mit überregionaler Bedeutung entstanden: Das Meilenwerk, ein Mekka für Autoliebhaber, ist ein Forum für Fahrkultur und bietet mit seinen mehr als 30 Unternehmen alles, was das Herz des Autoliebhabers höher schlagen lässt. Im Indoor-Freizeit- und Erlebnispark Sensapolis können kleine wie große Besucher auf 10.000 m² spektakuläre Attraktionen ausprobieren, spannende Experimente durchführen und sich einfach wohl fühlen. Darüber hinaus haben sich bereits die ersten Bewohner im neuen Stadtteil eingelebt. Der große See inmitten des Areals wird im September 2010 geflutet.

Einzelhandel – Sortimente

Einzelhandel – Sortimente

Im Frühjahr 2009 wurde ein wichtiges Instrument zur Lenkung der künftigen Einzelhandelsansiedlungen und zur Stärkung des innerstädtischen Einzelhandels beschlossen. Das Gemeinsame Einzelhandelsentwicklungskonzept der Städte Böblingen und Sindelfingen stellt die Basis für die zukünftige Einzelhandelsentwicklung dar. In der gesamten Stadt wurden Gebiete hinsichtlich der Möglichkeit einer Einzelhandelsansiedlung überprüft. In diesem Zusammenhang wurde auch die Sortimentsliste erstellt, in der die Handelssortimente nach ihrer Innenstadtbedeutsamkeit getrennt aufgeführt sind. Nur Sortimente, die nicht innenstadtbedeutsam sind, dürfen künftig außerhalb der Innenstadt bzw. der zentralen Versorgungsbereiche der Stadtteile angeboten werden.

Ansiedlungsmöglichkeiten für großflächigen Einzelhandel mit nicht innenstadtbedeutsamen Sortiment gibt es im

Sindelfinger Osten, der in der Fortschreibung des Regionalplans 2020 als Ergänzungsstandort ausgewiesen wird. Hier soll zukünftig vorrangig die weitere großflächige, nicht innenstadtbedeutsame Einzelhandelsentwicklung stattfinden.



Die Wirtschaftsförderung Sindelfingen GmbH – Wir spielen Ihnen die Bälle zu

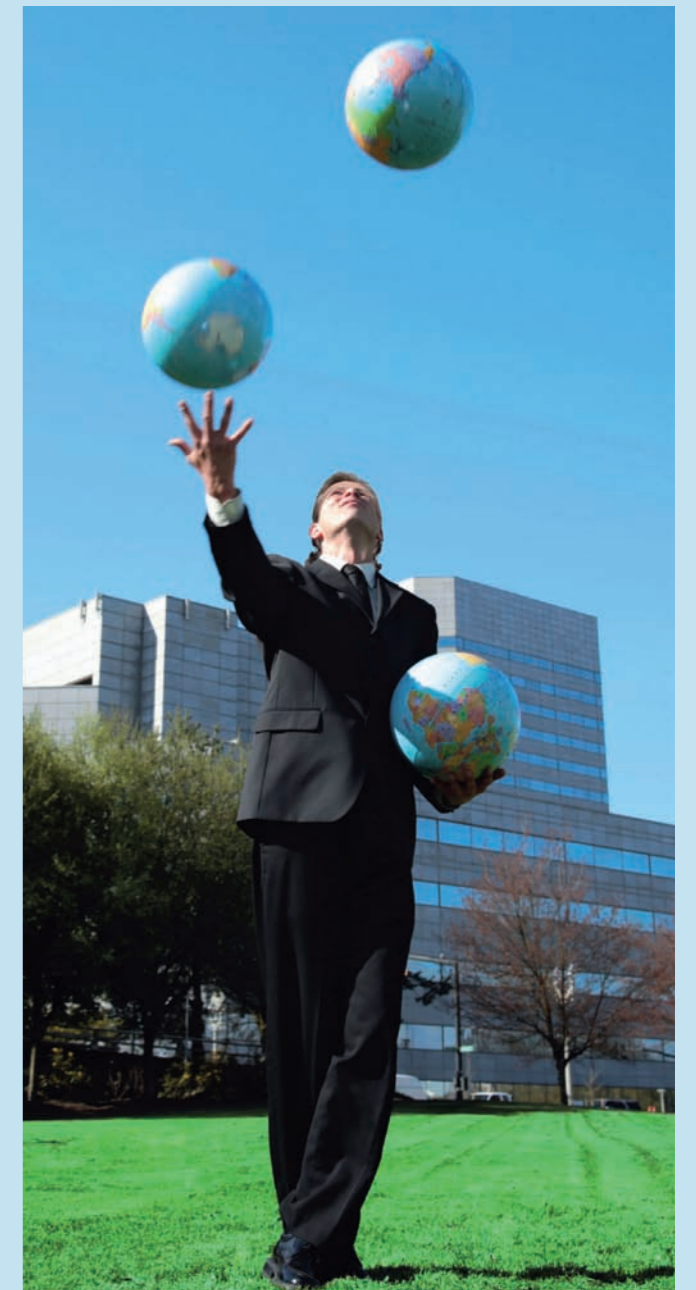
Für einen Wirtschaftsstandort gibt es viele Argumente: Verkehrsanbindung, topographische Lage, Clusterbildung usw. Das überzeugendste Argument für einen starken Wirtschaftsstandort aber sind Menschen mit starkem Unternehmergeist. Seit mehr als einem Jahrhundert ist das die Grundlage des wirtschaftlichen Aufstrebens der Stadt Sindelfingen, und so ist es bis heute geblieben.

Wir haben es uns zur Aufgabe gemacht, den Status quo des Wirtschaftsstandortes zu erfassen, dessen zukünftiges Potenzial auszuloten und gemeinsam mit den Unternehmern auszuschöpfen.

Die Wirtschaftsförderung Sindelfingen GmbH steht für ein ganzheitliches Standortmarketing: Unter einem Dach bündeln wir Kompetenzen aus den Bereichen Wirtschaftsförderung, Tourismus und City-Marketing und schaffen damit Synergien.

Ein Ansprechpartner für alle Fragen – wir sind für Sie da.

Detaillierte Informationen zum Einzelhandelsstandort Sindelfingen und zu einzelnen Mikrostandorten können bei der Wirtschaftsförderung Sindelfingen GmbH erfragt werden.



Innenstadtbedeutsame Sortimente

Nahrungs- und Genussmittel
Bekleidung aller Art
Heimtextilien wie Haus- und Bettwäsche, Kurzwaren, Handarbeiten, Wolle, Gardinen und Stoffe
Schuhe, Leder- und Kürschnerwaren
Sportartikel, Sportgeräte, Jagd- und Campingbedarf
Arzneimittel, Reformwaren, Drogerie- und Kosmetikwaren, Sanitätswaren
Haushaltswaren wie Hausrat, Bestecke, Glas, Porzellan, Keramik, Bilder- und Rahmen etc.
Uhren, Schmuck, Gold- und Silberwaren, optische Geräte einschl. Hörgeräte
Unterhaltungselektronik und Zubehör, Bild- und Tonträger
Elektrokleingeräte wie Nähmaschinen, Küchenmaschinen
Computer, -zubehör, Kommunikationselektronik
Papier, Bürobedarf, Schreibwaren, Geschenk- und Büroartikel
Bücher, Zeitschriften, Zeitungen, Briefmarken
Spielwaren
Fotogeräte, Fotozubehör
Musikalien, Musikinstrumente
Blumen
zoologischer Bedarf, Tiernahrung

Nicht innenstadtbedeutsame Sortimente

Möbel einschließlich Küchen, Büro- und Gartenmöbel
Büromaschinen
Sanitär-/Badeinrichtung und Zubehör
Elektrogroßgeräte wie „weiße Ware“, Herde, Öfen
Beleuchtungskörper, Lampen
Elektroinstallationsbedarf, Beschläge, Eisenwaren
Rollläden und Markisen
Baulemente, Baustoffe, Werkzeuge, Maschinen
Fußbodenbeläge wie Teppiche, Fliesen, usw., Tapeten, Malereibedarf
Gartenbedarf wie Erde, Pflanzen, Baustoffe, Gartengeräte, Werkzeuge, Zäune, Pflege- und Düngemittel, Pflanzgefäße
Kfz-Zubehör
Groß-Campingartikel
Groß-Sportgeräte
Fahrräder, Fahrradzubehör
Tiermöbel, Lebewesen